

**ANALISIS DAYA TARIK IKLAN DAN EFEKTIVITAS IKLAN
TESTIMONIAL JAMU TETES SOMAN**

(Studi Di Kelurahan Panjang, Kecamatan Ambarawa)

Oleh:

Raysa Puspa Wardhani

362009062

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA

SALATIGA

2014



PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RATSA PUSPA WARDHANI
NIM : 362009062 Email : ratsa.puspa@yahoo.co.id
Fakultas : FISKOM Program Studi : KOMUNIKASI
Judul tugas akhir : Analisis Daya Tarik Iklan dan Efektivitas Iklan Testimonial
Jamu Tetes Soman (Studi di Kelurahan Panjang, Kecamatan
Ambarawa).
Pembimbing : 1. Drs. Daru Purnomo, M.Si
2. _____

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

1956

Salatiga, 22 September 2014.

METERAI
TEMPEL

2A01EACF464928452

6000

DJP

Ratsa Puspa W.

Tanda tangan & nama terang mahasiswa



PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RAYSA PUSPA WARDHANI
NIM : 362009062 Email : raysa.puspa@yahoo.co.id
Fakultas : FISKOM Program Studi : KOMUNIKASI
Judul tugas akhir : ANALISIS DAYA TARIK IKLAN DAN EFEKTIVITAS IKLAN TESTIMONIAL
JAMU TETES SOMAN (Studi di Kelurahan Panjang, Kecamatan
Ambarawa).

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif** kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

- ☒ a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- ☐ b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA**

* Hak yang tidak terbatasnya bagi satu pihak saja, Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak non-eksklusif kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.

** Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing TA dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, 22 September 2014.

Raysa Puspa Wardhani

Tanda tangan & nama terang mahasiswa

Mengetahui,

Drs. Daru Purdomo, M.Si

Tanda tangan & nama terang pembimbing

LEMBAR PENGESAHAN

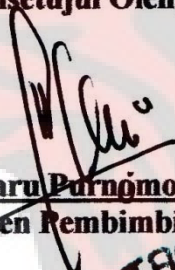
Judul Skripsi : **ANALISIS DAYA TARIK IKLAN DAN EFEKTIVITAS IKLAN TESTIMONIAL JAMU TETES SOMAN**

Nama Mahasiswa : **RAYSA PUSPA WARDHANI**

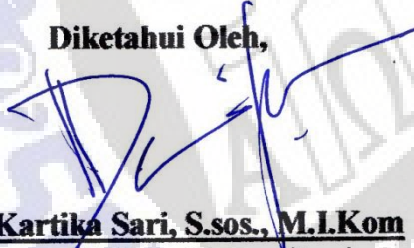
NIM : **362009062**

Program Studi : **KOMUNIKASI**

Disetujui Oleh,


Drs. Daru Purnomo, M.Si
Dosen Pembimbing

Diketahui Oleh,


Dewi Kartika Sari, S.sos., M.I.Kom
Kaprodi Ilmu Komunikasi

Disetujui Oleh,


Drs. Daru Purnomo, M.Si
Dekan FISKOM

Disetujui tanggal :

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi

Universitas Kristen Satya Wacana

Salatiga

2014

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Raysa Puspa Wardhani

Nim : 362009062

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi
Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi, judul:

ANALISIS DAYA TARIK IKLAN DAN EFEKTIVITAS IKLAN TESTIMONIAL JAMU TETES SOMAN

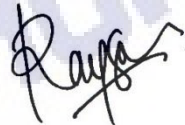
Yang dibimbing oleh :Drs.Daru Purnomo, M.si

Adalah benar-benar hasil karya saya.

Di dalam karya ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan atau gagasan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan kepada penulis.

1956
Salatiga,

Yang membuat pernyataan,



Raysa Puspa Wardhani

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW), saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Raysa Puspa Wardhani
Nim : 362009062
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi/Tesis/Disertasi (coret yang tidak perlu)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UKSW. Hak bebas **royalti non-eksklusif** (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**ANALISIS DAYA TARIK IKLAN DAN EFEKTIVITAS IKLAN
TESTIMONIAL JAMU TETES SOMAN**

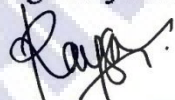
Dengan ini hak bebas royalti non-eksklusif ini, UKSW berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

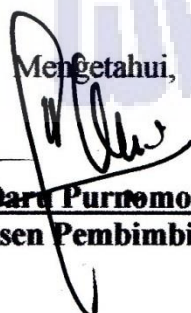
Dibuat di : Salatiga

Pada tanggal :

Yang menyatakan,


Raysa Puspa W.

Mengetahui,


Drs. Daru Purnomo, M.Si
Dosen Pembimbing

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan penyertaannya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Analisis Daya Tarik Iklan Dan Efektivitas Iklan Testimonial Jamu Tetes Soman (Studi Di Kelurahan Panjang, Kecamatan Ambarawa).

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Yang pertama dan terpenting, Tuhan Yesus Kristus, yang sangat luar biasa memberikan berbagai kemudahan, pencerahan dan kesehatan hingga penyusunan skripsi ini selesai.
2. Kedua orang tua saya, Bapak Hardono Ananto Hadi dan Mama Erni Prasetya Wati yang selalu memberikan semangat, dukungan serta doa yang tak pernah putus. Terimakasih telah membiayai pendidikan saya hingga selesai, terimakasih untuk segala sesuatu yang telah diberikan dan diajarkan.
3. Untuk adik saya, Debora Pratiti Dewi, yang juga selalu memberikan dorongan serta doa supaya penyusunan skripsi ini cepat selesai. Terimakasih untuk kerjasamanya bergantian atur waktu di D'chicken yaa..
4. Bapak Drs. Daru Purnomo, M.Si, yang menyediakan waktunya untuk memberikan bimbingan. Terimakasih atas kritik, saran, kesabaran dan dukungan yang diberikan kepada penulis, semuanya menyempurnakan isi skripsi saya.
5. Mbak Ester, sebagai Dosen pembimbing skripsi saya diawal, Terimakasih untuk waktu, kritik dan saran yang telah diberikan kepada penulis.
6. Ir. Jhon Lahade, M.Sos, atas perhatian dan bimbingan yang diberikan selama menjadi wali studi penulis.
7. Seluruh staf dosen FISKOM (Pak Pam, Om John, Pak Daru, Om Roy, Alm. Pak Kutut, Mas Sam, Mas Seto, Bu Sri, Mbak Dewi, Mbak Nat, Mas

- Rico, Mbak Ela dan Mbak Ester) yang telah menjadi bagian penting dalam perkuliahan saya. Terimakasih untuk banyak ilmu yang telah diberikan.
8. Pak Budi, Pak Panto, dan Mbak Yeni, untuk segala bantuan yang telah diberikan. Banyak sekali kemudahan yang penulis peroleh hingga selesainya skripsi ini.
 9. Saudara-saudaraku..Bias, Astri, mama Amik terimakasih untuk support yang tidak kalah besar dari bapak dan mama, Lidya, Om Jono dan tante Nila..terimakasih untuk banyak ilmu dalam mengembangkan usaha, mbak Della..terimakasih untuk doa dan semangat yang selalu diberikan kepada saya, sayanku Fey yang lucu, Noel yang selalu menyemangati penulis supaya skripsi ini segera selesai. Dan untuk Yehezkiel, adik kecilku..Terimakasih dek untuk pertemuan yang sangat singkat di dunia ini, I love you.
 10. Kakak-kakak'ku Galuh, Devita, Meiiiiii terimakasih untuk support, hiburan, doa dan semua bantuan yang diberikan. Terimakasih juga sudah menjadi tempat berkeluh-kesah saya. Kangen kumpul-kumpul lagi..
 11. Arien Annisa dan Chisca Dianingtyas, trimakasih telah menjadi sahabat terbaik penulis selama menjalani studi di FISKOM. Aku sayang kalian!
 12. Teman-teman senasib seperjuangan di FISKOM UKSW terimakasih untuk kebersamaannya selama ini. Ayo semangat yang belum ujian..pasti bisa!
 13. Teman-teman pelayanan GKI Ambarawa, mas Che, kakak bete, puput, mas Agus, emon, debby, tony, desi, yoyon, desi ndut, via, risang, alex, ricky, fredy, dan masih banyak lagi.... terimakasih sudah selalu ada buat penulis, kita banyak belajar lewat berbagai hal bersama-sama. Keep Share and Care, guys!
 14. Pendeta saya, Pak Budi dan Bu Ratna.. terimakasih untuk doa dan firman yang membentuk saya untuk lebih dewasa.
 15. Banyak terimakasih bagi semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, Terimakasih untuk dukungan dan doa bagi saya. God bless you.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Namun penulis berharap skripsi ini dapat membantu memberikan manfaat dan sebagai bahan pembeding untuk penelitian selanjutnya bagi pihak yang memerlukan. Terimakasih, Tuhan memberkati.

Salatiga, Agustus 2014

Raysa Puspa Wardhani



SARIPATI

Iklan jamu tetes Soman merupakan salah satu iklan testimonial yang berbeda dengan iklan produk yang lain. Soman menggunakan media radio sebagai tempat untuk memasarkan produknya. Di dalam iklan ini berisi kalimat-kalimat persuasif untuk meyakinkan calon konsumen, baik informasi tentang produk yang disampaikan, tagline “ Berani Coba Berani Sembuh” maupun testimonial-testimonial dari orang yang telah mengkonsumsi jamu tetes Soman. Melalui kalimat-kalimat persuasi dan testimonial-testimonial itulah, banyak masyarakat yang tertarik terhadap produk tersebut.

Penelitian berjudul ANALISIS DAYA TARIK IKLAN DAN EFEKTIVITAS IKLAN TESTIMONIAL JAMU TETES SOMAN (Studi Di Kelurahan Panjang, Kecamatan Ambarawa) ini memiliki tujuan untuk Menjelaskan daya tarik iklan testimonial jamu tetes Soman pada media radio dan mengukur efektivitas iklan testimonial jamu tetes Soman menggunakan rumus perhitungan efektivitas iklan EPIC Model, yang meliputi Dimensi *Emphaty*, Dimensi *Persuasi*, Dimensi *Impact*, dan Dimensi *Communication*. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan membagikan kuesioner kepada 150 orang responden. Dan untuk perhitungan statistik menggunakan metode kuantitatif deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan jamu tetes Soman di radio memiliki daya tarik, baik daya tarik rasional maupun daya tarik emosional. Begitu juga untuk semua dimensi EPIC Model pada iklan testimonial ini masuk dalam kategori EFEKTIF. Namun dari keempat dimensi tersebut, Dimensi komunikasi memiliki tingkat efektifitas paling tinggi.

Kata Kunci: Efektifitas, Iklan Testimonial Jamu Tetes Soman, Daya Tarik, EPIC Model

ABSTRACT

Advertisement of Soman is one of the testimonial ads different from the ads of other products. Soman use of radio as a medium to market their products. In the ad contains a persuasive sentences very convincing prospective customers, well informed about the product delivered, the tagline "Berani coba berani sembuh" and testimonials from people who have been consuming Soman. Through the words of persuasion and testimonials that, many people interested in the product.

The study entitled ANALYSIS OF ATTRACTION AND ADVERTISING EFFECTIVENESS OF ADVERTISING TESTIMONIALS OF SOMAN (Study Kelurahan Panjang, Kecamatan Ambarawa) has a goal to Explain the appeal of testimonial advertising of Soman on radio and measure the effectiveness of advertising testimonials of Soman advertising effectiveness using the calculation formula EPIC model, which includes the Empathy Dimension, Dimension Persuasion, Impact Dimensions and Dimensions of Communication. The approach used is quantitative. The data collection technique used was to distribute questionnaires to 150 respondents. And for the calculation of descriptive statistics using quantitative methods.

The results of this study indicate that the ads on the radio of Soman has an appeal, the appeal of both rational and emotional appeal. So also for all the dimensions of the EPIC model in this testimonial ads in the category EFFECTIVE. But from the fourth dimension, the dimension of communication has the highest level of effectiveness.

Keywords: Effectiveness, Testimonial Ads of Soman, Attractions, EPIC Model.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Filipi 4 : 6

“ Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur”

Skripsi ini Kupersembahkan untuk:

“ Bapak dan Mama”

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
SARIPATI.....	viii
ABSTRACT.....	ix
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II. KAJIAN TEORI	
2.1. Kajian Teoritis.....	8
2.1.1. Iklan.....	8
2.1.2. Unsur-Unsur Iklan	10
2.1.3. Daya Tarik Iklan	11
2.1.4. Iklan Radio	13
2.1.5. Iklan Testimonial	18

2.1.6. Pesan Iklan.....	19
2.1.7. Segementasi.....	22
2.1.8. Efektifitas Iklan.....	23
2.1.9. Mengukur Efektifitas Iklan Menggunakan EPIC Model.....	26
2.2. Kajian Hasil Penelitian Terkait.....	30
2.3. Kerangka Pikir.....	32
2.4. Hipotesis Penelitian.....	33

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian.....	34
3.2. Jenis Penelitian	34
3.3. Lokasi Penelitian	34
3.4. Unit Analisa dan Unit Pengamatan.....	34
3.5. Populasi dan Sampel.....	35
3.6. Jenis dan Sumber Data.....	36
3.7. Teknik Pengumpulan Data	37
3.8. Identifikasi Variabel dan Indikator Variabel Penelitian	37
3.9. Skala Pengukuran	37
3.10. Hubungan variabel Penelitian, Indikator dan Skala Pengukuran .	39
3.11. Teknik Analisis Data	42
3.11.1. Statistik Deskriptif	42
3.11.2. Crosstab.....	42
3.11.3. Uji Validitas	42
3.11.4. Uji Reliabilitas	45
3.12. Analisa Data dengan Menggunakan EPIC Model.....	46
3.12.1. Analisis Tabulasi Sederhana.....	46

3.12.2. Skor rata-rata.....	47
3.12.3. Pengukuran Efektifitas.....	47

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Jamu Tetes Soman.....	49
4.2. Karakteristik Responden.....	51
4.2.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2.2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	52
4.2.3. Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	53
4.2.4. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.3. Gambaran Karakteristik Variabel Penelitian	55
4.3.1. Variabel Daya Tarik Rasional.....	55
4.3.2. Variabel Daya Tarik Emosional.....	58
4.4. Efektifitas Iklan Jamu Tetes Soman dengan EPIC Model.....	62
4.4.1. Variabel Dimensi Empati.....	62
4.4.2. Variabel Dimensi Persuasi.....	64
4.4.3. Variabel Dimensi Dampak.....	66
4.4.4. Variabel Dimensi Komunikasi.....	68
4.5. EPIC Model.....	70
4.5.1. Dimensi Empati.....	70
4.5.2. Dimensi Persuasi.....	72
4.5.3. Dimensi Dampak.....	75
4.5.4. Dimensi Komunikasi.....	77

BAB V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan	85
5.2. Saran	86

DAFTAR PUSTAKA.....	88
----------------------------	-----------

LAMPIRAN – LAMPIRAN	
----------------------------	--



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Penentuan Jumlah atau Besaran menurut Malhotra.....	36
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas	43
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.1 Frekuensi mendengar iklan dan Jenis Kelamin Responden.....	52
Tabel 4.2 Frekuensi mendengar iklan dan Usia Responden	52
Tabel 4.3 Frekuensi mendengar iklan dan Pendidikan akhir Responden	53
Tabel 4.4 Frekuensi mendengar iklan dan Pekerjaan Responden.....	54
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif hasil pengukuran Daya Tarik Rasional.....	55
Tabel 4.6 Interval Kategori jawaban Daya Tarik Rasional.....	56
Tabel 4.7 Persentase Responden pada Variabel Daya Tarik Rasional.....	56
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif hasil pengukuran Daya Tarik Emosional.....	58
Tabel 4.9 Interval Kategori Jawaban Daya Tarik Emosional	59
Tabel 4.10 Persentase Responden pada Variabel Daya Tarik Emosional.....	59
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Hasil Pengukuran Dimensi Empati.....	62
Tabel 4.12 Interval Kategori Jawaban Dimensi Empati	63
Tabel 4.13 Hubungan Usia Responden dan Dimensi Empati.....	63
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif Hasil Pengukuran Dimensi Persuasi.....	64
Tabel 4.15 Interval Kategori Jawaban Dimensi Persuasi	65
Tabel 4.16 Hubungan Tingkat Pendidikan Responden dan Dimensi Persuasi	65
Tabel 4.17 Statistik Deskriptif Hasil Pengukuran Dimensi Dampak.....	66
Tabel 4.18 Interval Kategori Jawaban Dimensi Dampak	67
Tabel 4.19 Hubungan Usia Responden dan Dimensi Dampak	67
Tabel 4.20 Statistik Deskriptif Hasil Pengukuran Dimensi Komunikasi	68
Tabel 4.21 Interval Kategori Jawaban Dimensi Komunikasi.....	69

Tabel 4.22 Hubungan Frekuensi Mendengar Iklan dan Dimensi Komunikasi.....	69
Tabel 4.23 Distribusi Jawaban Responden Variabel Dimensi Empati.....	71
Tabel 4.24 Distribusi Jawaban Responden Variabel Dimensi Persuasi.....	73
Tabel 4.25 Distribusi Jawaban Responden Variabel Dimensi Dampak.....	76
Tabel 4.26 Distribusi Jawaban Responden Variabel Dimensi Komunikasi.....	78
Tabel 4.27 EPIC Model Pada Iklan Jamu Tetes Soman.....	82



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pikir	32
Gambar 2 Produk Jamu Tetes Soman	51

